



---

# ( IN ) EQUIDADE E ELEIÇÕES 2022: ENTENDENDO AS BARREIRAS DA LUTA POR IGUALDADE DE GÊNERO

---

(In)Equidade, mulheres e eleições 2022: entendendo as barreiras da luta por igualdade de gênero.

Copyright © 2022 Instituto Vamos Juntas. Todos os direitos reservados.

Declaração de permissão: Nenhuma parte deste trabalho pode ser reproduzida de qualquer forma ou por qualquer meio, eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia, gravação ou por qualquer sistema de armazenamento e recuperação de informações sem a permissão por escrito do Instituto Vamos Juntas.

Os pedidos de permissão devem incluir as seguintes informações:

- O título do documento para o qual se deseja permissão para copiar o material.
- Uma descrição do material cuja cópia é desejada.
- A finalidade para a qual o material copiado será usado e a maneira como será usado.
- Seu nome, cargo, nome da empresa ou organização, número de telefone, número de fax, endereço de e-mail e endereço para correspondência.

Por favor, envie todos os pedidos de permissão para:  
[contato@institutovamosjuntas.org](mailto:contato@institutovamosjuntas.org)

---

## **SOBRE O INSTITUTO VAMOS JUNTAS**

Somos um instituto suprapartidário e nacional que luta pela igualdade de gênero na política, impulsionando candidaturas femininas e mobilizando a sociedade civil para aumentar a presença de mulheres em espaços de poder. Nascemos em 2019, a partir de uma vontade de incentivar mulheres que já ocupam posições de lideranças em suas comunidades a se candidatarem a um cargo eletivo, além de dar suporte àquelas que já foram eleitas, buscando diminuir as violências e reduzir as desigualdades desse processo. Fazemos isso a partir de três principais frentes: fortalecimento sócio emocional de candidatas e suas equipes, advocacy pelos direitos políticos das mulheres e produção de conhecimento sobre o tema.

Em 3 anos de atuação, formamos uma rede de 21 parlamentares eleitas pelo Brasil. São mais de 240 candidatas impactadas pelo nosso trabalho, de todo Brasil e majoritariamente mulheres mães e não brancas.

Em advocacy, acompanhamos o trabalho de congressistas para fomentar a discussão sobre os direitos políticos das mulheres, trabalhamos na campanha #FundoParaElas, que buscava pressionar os partidos para distribuição correta do fundo partidário para candidatas e no Ministras do Brasil, mobilização nacional por mulheres nos ministérios.

Em busca de continuar compreendendo as oportunidades e dificuldades desse cenário, recentemente executamos uma pesquisa para entender os avanços em torno de gênero nas eleições de 2022, a partir da ótica das eleições, legislação e mídia. Desenvolvemos tecnologias para conectar voluntários à campanhas femininas, como a Plataforma Deu Match!, e bots para monitorar a escalada da violência no twitter, como o Violentômetro. Trabalhamos incansavelmente para mudar esse cenário e seguimos capacitando e protegendo parlamentares; fomentando e divulgando iniciativas que agreguem à temática e tornando o direito político das mulheres como prioridade nas agendas políticas.

## RECONHECIMENTOS

Este relatório foi liderado pela equipe do Instituto Vamos Juntas. Nenhuma das pessoas retratadas nas fotos usadas ao longo deste relatório são afiliados ao Instituto Vamos Juntas, nem participaram dos grupos focais ou entrevistas descritos neste relatório. Este relatório reúne a percepção dos entrevistados em torno da temática proposta, além de dados e provocações realizadas pelo Instituto Vamos Juntas.







# SUMÁRIO

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Overview da pesquisa                            | 5  |
| Contexto nacional                               | 7  |
| Aprofundando nos principais achados da pesquisa | 13 |
| Recomendações                                   | 53 |
| Referências bibliográficas                      | 57 |

## OVERVIEW DA PESQUISA

Utilizamos a metodologia de entrevistas individuais e exploratórias, a fim de esclarecer características de um grupo maior por meio da coleta de vivência e percepções. Ao todo, foram realizadas 15 entrevistas com autoridades, políticos, lideranças partidárias, membros da sociedade civil, do setor privado e jornalistas. Os entrevistados eram de 12 estados diferentes e possuíam perspectivas políticas diversas, apresentando uma variedade de gênero, idade, raça e etnia. As entrevistas tiveram duração variando entre 30 minutos e 1 hora, e foram realizadas pela plataforma Zoom nos meses de outubro e novembro de 2022.

### OBJETIVOS DA PESQUISA:

- Analisar e mapear quais foram as barreiras que dificultaram a participação política das mulheres nas últimas eleições;
- Avaliar se a legislação atual e as ações afirmativas têm sido efetivas para aumentar a representatividade feminina no Brasil;
- Debater o impacto da mídia no imaginário popular sobre as candidaturas femininas em 2022.



Para apresentação e investigação das informações encontradas nas pesquisas, nós organizamos o decorrer do documento em duas categorias: os achados, que apresentamos a opinião e perspectivas integralmente dos participantes; e os pontos para aprofundamento, onde buscamos expor contexto, trazer provocações pertinentes e dados complementares à opinião dos entrevistados.

Ademais, para a interpretação dessa pesquisa, é muito importante ressaltar que as mulheres não são um grupo homogêneo, existem diferenças importantes entre elas e dessa forma buscamos compreender esse universo de forma ampla, como um todo complexo e diverso. Se fizéssemos alguns recortes poderíamos perder a essência e gerar um viés nos achados desta pesquisa.



Dos 15 entrevistados  
53% eram brancos  
40% negros  
7% indígenas.

E, dentre essas pessoas  
entrevistadas  
40% eram homens  
53% mulheres  
e 7% pessoas trans.

Sendo,  
26,7% de esquerda  
13,3% centro-esquerda  
6,7% centro-direita  
26,7% centro  
13,3% direita  
13,3% neutros.

E pertencendo ao  
Sudeste 40%  
Centro-Oeste 27%  
Nordeste 20%  
Sul 7%  
and Norte 7%.



## CONTEXTO NACIONAL

### O movimento sufragista no Brasil e a conquista dos direitos políticos pelas brasileiras

No Brasil, a luta pelo direito ao voto feminino teve início de forma consistente no início do século XX, fortemente influenciada pelos movimentos sufragistas dos Estados Unidos e da Europa. No entanto, a conquista dos direitos políticos das mulheres brasileiras só foi alcançada em 1932, por meio da promulgação do Decreto nº 21.076, que instituiu o primeiro Código Eleitoral Brasileiro. Dessa forma, o Brasil tornou-se o segundo país da América Latina a estender o direito ao voto às mulheres.

Apesar da conquista do voto feminino, a trajetória política das mulheres não se encerrou. Elas ainda tiveram que lutar muito para ter seus direitos plenamente adquiridos. Assim, em 1985, houve a criação do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM) que trabalhou diretamente para que fosse possível a participação das mulheres na elaboração da nova Constituição Federal. Permitindo, pela primeira vez, a composição de uma bancada feminina, com a eleição de 26 deputadas vinculadas a 8 diferentes partidos políticos diferentes, representando 5,7% do Congresso Nacional. Essa formação ficou conhecida como "Lobby do Batom", e a primeira vez que as mulheres latino-americanas atuaram ativamente em um processo constitucional.

Fruto dessa organização e pressão feminina, as mulheres obtiveram 80% das suas reivindicações aprovadas e incorporadas ao novo texto constitucional. A promulgação da Constituição de 1988 foi um marco no que se refere aos direitos das mulheres e à ampliação de sua cidadania

## A sub-representação feminina na política brasileira

Apesar de as mulheres serem a maioria da população brasileira, corresponderem a 53% do eleitorado e 34% das candidaturas (dados do Tribunal Superior Eleitoral, 2022), o Brasil apresenta um dos menores índices de representação parlamentar feminina do mundo, ocupando a posição 129º em um ranking de 191 países (União Interparlamentar). Essa baixa representatividade está relacionada a diversos fatores, como a ocupação histórica masculina, a falta de apoio partidário e financeiro e as diversas opressões que perpassam as mulheres e dificultam a entrada e a permanência nos espaços públicos de poder e tomada de decisão.

Não é falta de interesse, mesmo sendo quase maioria dos filiados aos partidos políticos, representando 46% (Levantamento da Folha de São Paulo com dados do Tribunal Superior Eleitoral, 2022), as mulheres ainda são minorias nas lideranças partidárias e nos cargos de direção normalmente assumem comissões voltadas à questão de gênero, cuidado, saúde e à seguridade social.







Em 2023, no Congresso Nacional, as mulheres representam apenas 18% dos parlamentares. Sendo que, na Câmara Federal, são apenas 91 deputadas, de um total de 513. E, no Senado, apenas 15 senadoras de um total de 81. Apesar do crescimento numérico das mulheres nas cadeiras no Congresso Nacional, em comparação com eleições anteriores, ainda estamos longe de alcançar a paridade de gênero nas casas legislativas.

A baixa representatividade das mulheres no Congresso Nacional é ainda mais evidente nos cargos de liderança, onde elas ocupam poucas posições. Das 11 posições da Mesa da Câmara dos Deputados, apenas 01 é ocupada por uma mulher, enquanto no Senado Federal nenhuma mulher ocupa as 07 posições. E desde a realização da 1ª Assembleia Legislativa, no ano de 1826, nunca uma mulher ocupou o cargo mais alto das 02 casas legislativas, a presidência.

E, dentre os 26 estados brasileiros e o Distrito Federal, somente 02 são governados por mulheres: Fátima Bezerra (PT), no estado do Rio Grande do Norte, e Raquel Lyra (PSDB), em Pernambuco. Infelizmente, 14 estados do país nunca tiveram uma mulher como governadora, incluindo os três maiores colégios eleitorais do país: São Paulo, Minas Gerais e Bahia.

E apesar do número de deputadas estaduais eleitas para as Assembleias Legislativas ter aumentado de 163 para 190 mulheres, ainda é um número muito baixo, considerando que havia 1.059 cadeiras em disputa.

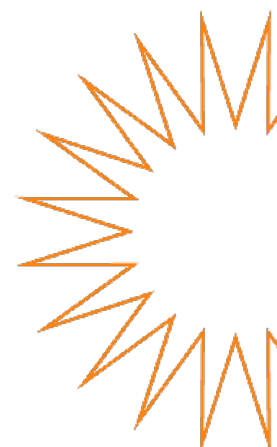


## O sistema eleitoral brasileiro

O voto é obrigatório no Brasil para todos os cidadãos entre 18 e 69 anos. Contudo, é facultativo para menores de 16 e 17 anos, maiores de 70 anos e analfabetos. As eleições são realizadas a cada quatro anos, alternando-se entre eleições gerais e municipais, a cada dois anos. Desde 1996, a realização das eleições é feita por meio de urnas eletrônicas, que automatizaram e facilitaram o processo eleitoral.

O sistema eleitoral brasileiro apresenta dois sistemas: o proporcional e o majoritário. O sistema majoritário é utilizado para eleição do presidente da república, governadores, prefeitos e senadores. Na fórmula majoritária vence aquele que conseguir a maioria dos votos válidos – seja a maioria absoluta (50% +1) ou relativa, dependendo da eleição. Já o sistema proporcional, é utilizado nas eleições para o Legislativo, exceto no Senado Federal. Sendo, então, utilizado para eleger Deputados Estaduais, Federais e Distritais, nas eleições de Vereadores Municipais.

Não obstante, é importante mencionar que o Brasil adota o sistema de lista aberta nas eleições proporcionais. Isso significa que cabe ao eleitorado escolher seus candidatos, independentemente de hierarquização ou posição de uma lista partidária previamente estabelecida.



## Panorama geral das eleições de 2022

As eleições de 2022, ficaram marcadas como uma das mais polarizadas da história do país, centradas nas lideranças presidenciais de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Jair Bolsonaro (PL). Foi também um período eleitoral marcado pela propagação em massa de fake news, desinformação, violência política e discursos de ódio.

A disseminação de fake news aumentou consideravelmente nos últimos anos, especialmente através das redes sociais e plataformas de comunicação. De acordo com um relatório de pesquisa divulgado pelo NetLab (UFRJ), a média diária de fake news cresceu de 202,5 mil no 1º turno para 311,5 mil no 2º turno das eleições de 2022. Esse crescimento foi observado em diversas redes sociais, com destaque para o Twitter (57%), WhatsApp (36%) e Telegram (23%).

**As principais temáticas de fake news durante o período eleitoral estavam relacionadas à descredibilização da imprensa e à religião. Infelizmente, a disseminação de fake news deixou de ser algo esporádico e se tornou uma constante diária, impactando diretamente nas nossas escolhas e no exercício dos nossos direitos políticos.**







Em um cenário político tão polarizado, a falta de identificação com as propostas políticas apresentadas pelos candidatos pode resultar em abstenções eleitorais. Em 2018, por exemplo, cerca de 31 milhões de eleitores (20,3%) não se identificaram diretamente com os espectros políticos dos candidatos e se abstiveram de votar, o que resultou em alarmantes discursos de rejeição à política. Nas eleições de 2022, esse número aumentou ainda mais, chegando a 32 milhões (20,59%), segundo dados disponibilizados pelo TSE.

**Em meio a esse cenário, houve uma maior mobilização em torno do voto feminino nas eleições de 2022.** Considerando que as mulheres representam 53% do eleitorado, os candidatos à presidência da República traçaram estratégias para atrair o maior número possível de votos das eleitoras. Houve um reflexo disso nos debates presidenciais e uma ampliação da participação das primeiras-damas nas campanhas eleitorais, buscando conquistar essa importante parcela do eleitorado.



# APROFUNDANDO NOS PRINCIPAIS ACHADOS DA PESQUISA

## REPRESENTAÇÃO

Neste bloco investigamos a percepção dos entrevistados sobre a participação feminina na política em 2022, como eleitoras, candidatas e dentro dos partidos. Além disso, buscamos entender melhor o contexto daquelas que estão à margem\* da sociedade como participante no processo eleitoral.

---

\* conceito encontrado na pesquisa e explicado abaixo.

### ACHADO 1

Existe a percepção que os homens se engajam mais no processo político do que as mulheres e existem barreiras patriarcais para mulheres exercerem o voto

### OVERVIEW

Apesar de existir a percepção de que homens estão mais motivados a participarem do processo eleitoral, os entrevistados percebem que as mulheres têm ampliado o entendimento do seu papel na sociedade e que seu voto pode implicar em mudanças positivas. Em contrapartida, para os participantes o motivo pelo qual as mulheres não se interessam por política são os mesmos que o dos homens: a desesperança política. Existe uma descrença no poder do voto em mudar a sua própria história.

Sobre as barreiras para o exercício do voto, o papel de cuidadora familiar e/ou chefe de família, executado majoritariamente pelas mulheres, dificulta a motivação para o voto. Além dessas funções, se essa mulher trabalha em dia de eleição, a logística é complexa, não sendo atrativo exercer a cidadania tendo tantos afazeres. Outro ponto é a percepção que as mulheres tendem a se ater às escolhas do marido ou companheiro, e que elas podem até ficar expostas à violências se fizerem uma escolha de candidatos diferentes dos mesmos.

No geral, é pressuposto que a maior parte desse eleitorado está em situação de pobreza e o deslocamento logístico também pode impactar o acesso ao voto, já que vota-se em grandes centros.



“

**Os séculos de exclusão e a marginalização das mulheres na história deixaram marcas difíceis de serem apagadas e superadas.”**

**- Citação de participante**



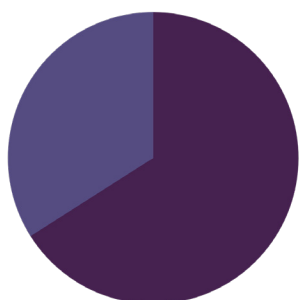
## PONTOS PARA APROFUNDAMENTO

### 1.1 2022 foi um ano recorde de candidaturas femininas e diversas

Apesar da percepção dos participantes ser de maior engajamento masculino, as candidaturas femininas bateram recorde nas eleições realizadas em 2022.

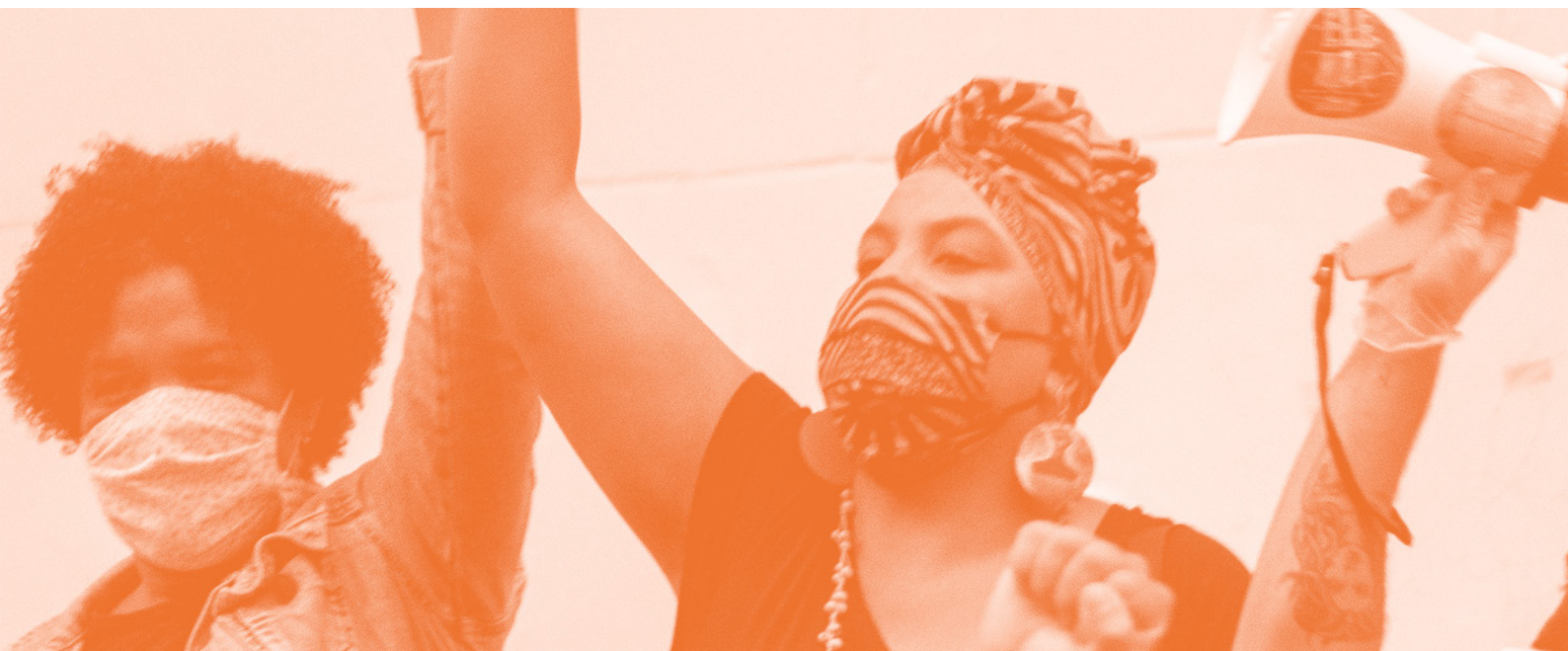
De acordo com dados disponibilizados pelo site do DivulgaCan:

das **29.262** solicitações de registro de candidatura, no âmbito federal, estadual e distrital...



**9.892 (34%) foram de mulheres e 19.345 (66%) foram de homens.**

E, por fim, para as Assembleias Legislativas, foram **5.604 mulheres e 11.122 homens.**



Para a **disputa presidencial**,  
**foram 04 no total de 13 candidatos.**

Para o **cargo de governador**,  
**foram 38 mulheres e 186 homens.**

No âmbito legislativo, no **Senado**,  
**foram 58 mulheres e 184 homens**

Na **Câmara Federal**,  
**foram 3.718 mulheres concorrendo com 6.906 homens.**

E, por fim, para as **Assembleias Legislativas**,  
**foram 5.604 mulheres e 11.122 homens.**

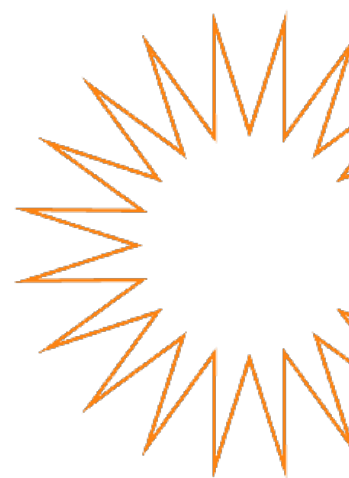
Porém, apesar do aumento no número de candidaturas femininas no pleito de 2022, **o aumento da participação vem diminuindo.**

Enquanto o aumento foi...

**de 60,6%**  
**de 2010 a 2014**

**de 13,3%**  
**de 2014 a 2018**

**neste ano (2022) o crescimento ficou em 2,2%**  
em comparação com as eleições gerais anteriores.





Com base nos dados disponibilizados pela CNN Brasil, pode-se observar que o **perfil médio das candidaturas nas eleições de 2018 e 2022 permanece o mesmo: homens brancos, com mais de 50 anos e nível superior.**

Já entre as **candidatas mulheres, a maioria é branca, totalizando 4.485 candidatas, sendo que as candidaturas de mulheres negras cresceram, mas ainda representam uma proporção mínima, com 1.814 pretas e 3.424 pardas.**

As **mulheres indígenas, por sua vez, representam a menor proporção dentre os registros de candidatura, com apenas 85 candidatas.**

Em relação à faixa etária, um terço das candidatas têm entre 40 e 49 anos, enquanto o segundo maior grupo é formado por mulheres entre 50 e 59 anos. Quanto à formação acadêmica, mais da metade das candidatas declararam ter ensino superior completo, totalizando 54% das candidaturas.

## 1.2 Participação eleitoral nas eleições de 2022 e as barreiras que impedem as mulheres de exercerem seus direitos políticos

A participação do eleitorado feminino nas eleições de 2022 foi maior que a do eleitorado masculino, segundo dados divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). **Segundo os registros de presença nas seções eleitorais, dentre um total de 156 milhões de eleitores habilitados para votar, 65.932.392 (80,20%) das eleitoras aptas compareceram às urnas, com uma abstenção de 16.440.392 (19,80%), um percentual superior ao dos homens, que foi de 57.776.157 (78,14%), com uma abstenção de 16.277.908 (21,86%).** Houve também, um aumento de 6,21% do eleitorado desde a última eleição geral realizada no país, em 2018. Naquele pleito, o número de eleitores e eleitoras habilitados a votar era de 147 milhões.

Porém, apesar de serem maioria do eleitorado e a maioria dos eleitores votantes, **as mulheres encaram uma série de barreiras para o exercício de seus direitos políticos.** Uma dessas barreiras é a **divisão desigual de tarefas domésticas no âmbito privado**, o papel de cuidadora no âmbito familiar que, na sua maioria, é executado por elas. No Brasil, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), **as mulheres dedicam 21,4 horas semanais aos cuidados de pessoas ou afazeres domésticos, quase o dobro do tempo que os homens gastam, 11 horas.** A maior taxa de realização de serviços domésticos foi encontrada na região Nordeste do país. Essas barreiras fazem com que não seja, muitas vezes, viável o exercício da sua cidadania.



Sabemos que, em alguns estados brasileiros, o acesso aos lugares de votação é precário, a logística e locomoção para os locais é complexa e de difícil acesso. No geral, a maior parte desse eleitorado está em situação de pobreza já que se vota em grandes centros e, nem sempre existe transporte ou até mesmo dinheiro para compra da passagem, afinal foram poucas as cidades que tiveram o passe livre no dia da eleição e liberaram o transporte de maneira gratuita para a população.

**Pela nossa experiência na temática, também sabemos que existem casos em que as mulheres são coagidas, ameaçadas ou até mesmo agredidas pelos seus próprios companheiros e maridos a votarem em candidatos que eles apoiam, desmerecendo, assim, sua opinião e sua capacidade de escolha.** Em alguns casos, chegam até a serem impedidas de exercer seus direitos políticos. O que serve também para ilustrar o panorama político brasileiro, comprovando que os séculos de exclusão e a marginalização das mulheres na história deixaram marcas difíceis de serem apagadas e superadas.



## ACHADO 2

As campanhas eleitorais buscaram o voto feminino e figuras femininas como aliadas, mas ainda com uma narrativa patriarcal

## OVERVIEW

Entre os entrevistados, o uso da imagem das primeiras damas foi percebido como estratégia de conquista do voto feminino, mas ainda em uma narrativa da 'mulher cuidadora', refletindo resquícios da forma como a sociedade ainda enxerga a mulher. Apesar do interesse pelo voto feminino, não houveram necessariamente compromissos de políticas públicas para esse público, como equidade de gênero, maternidade, pobreza, entre outros.

Para a maioria, principalmente no segundo turno, a participação de nomes femininos com renome na política brasileira foi bastante utilizada para se aproximar de novos grupos - pelos candidatos da direita e esquerda, mostrando a importância das mulheres dentro dessas campanhas.

A pauta de costumes e religiosa foi muito usada para conquistar o eleitorado feminino mais identificado com a direita.



Apesar de serem um eleitorado de extrema importância, as políticas públicas sobre mulheres ainda não estão na agenda política na relevância que deveriam estar.”

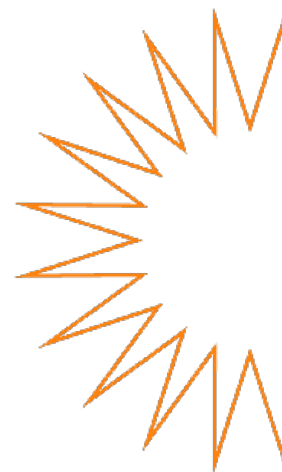
- Citação de participante

## PONTOS PARA APROFUNDAMENTO

### 2.1 As mulheres no centro para conquista de votos e a agenda conservadora

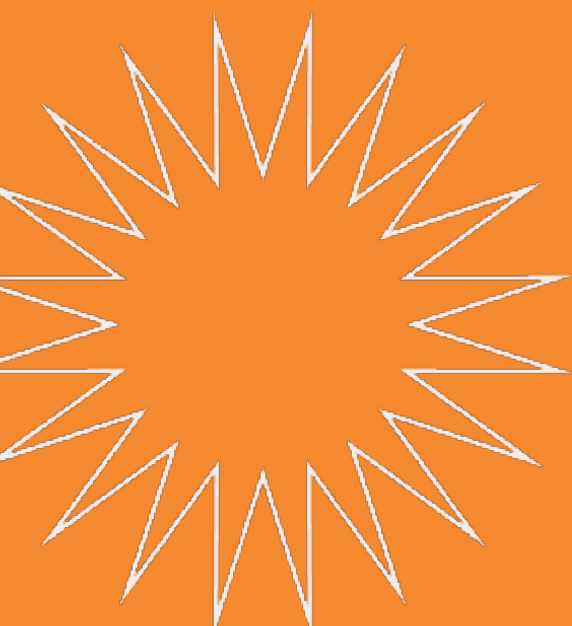
Em 2022, a rejeição de Bolsonaro pelas mulheres chegou a 61%, segundo pesquisa do Datafolha realizada em julho do mesmo ano. **Esse alto percentual de rejeição, somado ao fato de mulheres serem quase 53% dos votantes, fez a campanha de Jair Bolsonaro se mobilizar para a conquista do eleitorado feminino.**

Do outro lado, o candidato à presidência do PT, Lula, precisava manter sua preferência do eleitorado feminino, com um porém: precisava conquistar o voto dos evangélicos, esses que tinham sua maioria escolhido Jair como seu representante. As conquistas do eleitorado feminino e evangélico trouxeram para as eleições de 2022 a participação intensa das primeiras damas, antes vistas como suporte das candidatas. Desta vez, elas passaram a conduzir comícios com maior exposição e protagonismo, muito diferente se comparado à 2018.



A começar por Michelle Bolsonaro, uma mulher evangélica ativa, esteve à frente em diversos comícios para apoiar Jair Bolsonaro. Parte da sua narrativa estava apoiada em pautas mais conservadoras como: políticas anti-aborto, anti-drogas e ideologia de gênero, temas esses que mobilizam o eleitorado feminino conservador. No dia das mulheres, ela fez um discurso no qual destaca seu papel como dona de casa, mulher e voluntária do governo. Muitas vezes trouxe um discurso mais religioso para justificar alguns deslizes de Bolsonaro, frases como: “Ele é tão falho como eu e você, porque perfeito é só Jesus, e nem Jesus agradou a todos”, estiveram em seus discursos para minimizar alguns aspectos considerados negativos de Bolsonaro.

A esposa de Lula, Rosângela Lula da Silva, apelidada como Janja, foi uma das protagonistas nos bastidores da campanha, conduzindo a agenda do candidato à presidência, bem como articulando apoios artísticos e com influenciadores digitais. Em seu discurso, Janja priorizou pautas como insegurança alimentar e violência doméstica. Algumas vezes respondeu a algumas falas de Michelle Bolsonaro como por exemplo na vez em que a mesma falou: “A mulher tem que ser ajudadora do esposo, não é isso? É a gente que aguenta, né?”. Janja logo colocou-se como uma mulher que lutaria ao lado do futuro presidente.





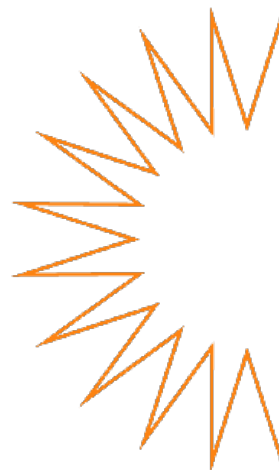
**Para os entrevistados o impacto que ambas tiveram na eleição foi muito relevante, porém existiu uma referência circular para as mulheres com as quais Janja queria comunicar.** Afinal, as eleitoras de Lula eram aquelas de baixa renda que já estavam com intenção de voto direcionado ou aquelas que de alguma forma já rejeitavam veemente as falas do Bolsonaro e o lugar que mulheres eram colocadas no governo dele. Pode-se dizer que a Michelle Bolsonaro conseguiu angariar votos para seu marido, a mídia tratou esse tema como “humanizar Bolsonaro”.

O discurso religioso foi o ator principal da campanha feita por Michelle, inclusive com muitas desinformações sobre fechamento de igrejas ou até mesmo que não haveria distinção de banheiros femininos e masculinos, causando assim, nas mulheres religiosas e conservadoras o medo da eleição do Lula. Importante ressaltar que a estratégia fez o Bolsonaro crescer, afinal ele chegou a ganhar 6 pontos percentuais entre as mulheres em junho, chegando a 29% segundo pesquisa Datafolha porém houve um platô ao fim da campanha.

## 2.2 Grandes figuras femininas como integrantes das campanhas majoritárias

Os entrevistados também citaram que ambos os candidatos utilizaram suas bases de apoio político do gênero feminino. Bolsonaro tinha ao seu lado as deputadas federais Carla Zambelli e Bia Kicis que estavam com ele no palanque e **também utilizavam de suas redes sociais para conseguir conquistar mais votos, não necessariamente com esse olhar do voto feminino, mas trazendo para campanha mais mulheres que o apoiavam.**

Lula teve ao seu lado nomes como a senadora Simone Tebet e Marina Silva. Simone Tebet que também tinha concorrido à presidência no primeiro turno foi uma das grandes expoentes na campanha de Lula, participando ativamente nos comícios do então candidato. Marina Silva, ex-ministra do Meio Ambiente do governo Lula, participou ativamente da campanha também e conversava com o público mais afastado do Lula, o evangélico, ela trazia no seu discurso também um teor religioso, mas defendendo que o Estado é laico.





## 2.3 O voto feminino é importante, mas as políticas públicas ainda são pouco pensadas para elas

**Ambos os candidatos da majoritária falaram para mulheres, porém alguns temas que são relevantes para o esse público, tais como: saúde da mulher, violência de gênero, educação, entre outros temas que são relevantes para o público feminino foram pouco aprofundados.** Bolsonaro, apesar de discursar sobre pautas de costumes, tinha um plano de governo voltado para geração de emprego e renda, focando na desburocratização e redução da carga tributária. Lula, por sua vez, focou na proposta de trazer dignidade para os mais pobres, aumentando o benefício de transferência de renda.

Nas entrevistas, pouco foi mencionado sobre ações para mulheres ou foram mencionados sem profundidade. Para nós, apesar do tema mulher estar tomando espaços nos discursos, ainda há um temor em políticas reparatórias de desigualdade de gênero, a hipótese é que isso acontece para não perder a votação do eleitorado conservador.

## ACHADO 3

Para os participantes, representatividade é importante, independente da ideologia que as parlamentares representam

## OVERVIEW

A maioria dos entrevistados reconhece o aumento de representatividade como pouco significativo, outros não conheciam as porcentagens em torno do aumento de mulheres eleitas. Foi citado que a polarização foi a base construtora do parlamento de 2023, uma vez que o perfil da maioria dessas mulheres eram de extrema direita ou minoritários, a exemplo das eleições de deputadas trans e indígenas.

Para a maioria, o congresso deve representar o Brasil como um todo. Deve haver espaço para mulheres conservadoras e mulheres progressistas, já que mulheres são heterogêneas e o parlamento deve representar a sociedade.

Para fins informativos, inserimos abaixo um gráfico que retrata a atual composição da Câmara dos Deputados :



Fonte: TSE/Câmara dos Deputados/Diap, 2022.

Quanto ao Senado Federal nessa legislatura, será composto por:

|                |    |
|----------------|----|
| ● PSD          | 15 |
| ● PL           | 13 |
| ● MDB          | 10 |
| ● União        | 9  |
| ● PT*          | 9  |
| ● PP           | 6  |
| ● Podemos      | 4  |
| ● Republicanos | 4  |
| ● PSB          | 4  |
| ● PSDB*        | 3  |
| ● PDT          | 3  |
| ● Rede*        | 1  |

\*O PT está em federação partidária com o PCdoB e o PV

\*O PSDB está em federação partidária com o Cidadania

\*A Rede está em federação partidária com o PSOL

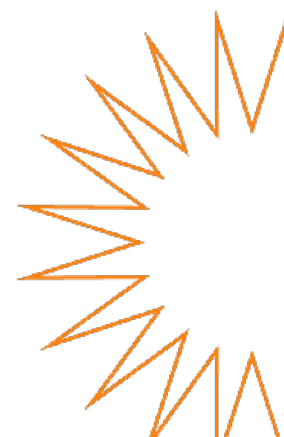


Fonte: Agência Senado, 2022.

## PONTOS PARA APROFUNDAMENTO:

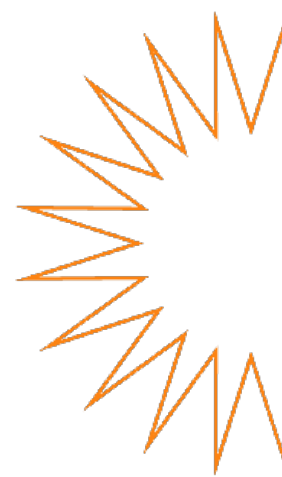
### 3.1 A importância de mulheres de todos os espectros na democracia

Foi perguntado para nossos entrevistados: o que era melhor ter eleito um político homem que defendesse o direito das mulheres, ou era melhor ter uma mulher que não necessariamente atenda às pautas feministas? A maioria dos entrevistados disse que a representatividade de gênero é mais importante do que a ideologia política. Alguns participantes inclusive questionaram: nós mulheres não somos homogêneas, existem mulheres conservadoras, mulheres progressistas, mulheres pretas, logo todas deveriam ter sua representatividade dentro da política.



Nesse cenário, ainda temos bastante a caminhar, se somarmos as câmaras dos deputados, Senado, Assembleias Legislativas e Governos Estaduais teremos aproximadamente 302 mulheres eleitas frente à 1.394 homens, ou seja para cada quase 5 homens eleitos, temos uma mulher eleita, um crescimento de representatividade muito lento se comparado ao ano anterior. Segundo o TSE ao todo foram 184 brancas, 71 pardas, 39 pretas e 5 indígenas eleitas, tivemos um pequeno avanço no número de cadeiras na Câmara por exemplo, de 77 para 91, e no Senado 11 para 15 senadoras, até aqui estamos falando ainda de números. Se fossemos qualificar as candidatas eleitas, praticamente houve um reforço na polaridade que vivemos no país, maior número de mulheres de direita e a eleição de mulheres trans, por exemplo como uma grande representatividade conquistada pela esquerda.

Em uma entrevista à CNN Brasil a cientista política Denilde Holzhacker fez uma análise muito importante sobre a nova câmara: **“Pelo perfil das eleitas, vejo que vamos ter dificuldade de estabelecer uma coesão entre os discursos. As disputas polarizadas que vamos acompanhar no congresso também vão repercutir nas articulações e nos embates entre as mulheres dentro do parlamento. Tivemos um avanço, sim, mas ainda é preciso alinhar agendas e discussões para se ter ações mais efetivas”**. Portanto, mesmo que tenhamos ganhado espaço neste lugar, precisamos entender se as políticas públicas que impactam mulheres serão discutidas com a profundidade necessária.



Ainda que tenhamos ganhado espaço (...), precisamos entender se as políticas públicas que impactam mulheres realmente serão discutidas com a profundidade necessária.”

- Citação de participante



## ACHADO 4

A minoria dentro da minoria: mulheres marginalizadas não são colocadas como lideranças protagonistas, cabem a elas o papel secundário nos partidos



## OVERVIEW

É percebida uma desigualdade entre as próprias mulheres em ambientes partidários. O grupo entende que 'mulheres à margem', definição que surgiu para o grupo de mulheres negras, periféricas, indígenas ou pertencentes a outras minorias, tendem a ter maior dificuldade de trânsito neste ambiente do que as mulheres no geral.

Foi citado também, que existe grande mobilização na entrada dessas mulheres para composição de chapa e cumprimento de cotas, mas isso ocorre sem muito critério e principalmente sem a preparação necessária dessas mulheres. **Mesmo quando essas são líderes comunitárias, elas não se vislumbram como parlamentares, e quando ela transpõe essa barreira, ela inicia uma jornada mais desigual e desafiadora dentro dos partidos.** Unanimamente, foi dito que essas mulheres não participam das grandes decisões táticas e estratégicas partidárias, tendo mais um papel de puxadores de voto.

As que não se candidatam, tendem a se engajar mais nos espaços políticos como cabos eleitorais para figuras que representem suas causas. **Como eleitoras, em geral, é entendido que as mulheres à margem não participam proativamente do processo eleitoral, pois não se entendem como um ser político.** No geral, os entrevistados não percebem a intenção dos partidos de incluírem verdadeiramente mulheres nesse ecossistema, e isso é pior para mulher marginalizada.

**PONTOS PARA APROFUNDAMENTO:**

## **4.1 O papel dos partidos políticos na consolidação da cidadania feminina**

As mulheres brasileiras sofrem com o déficit de representação política inclusive dentro dos partidos políticos. Representando 46% dos filiados, segundo dados disponibilizados pelo TSE em 2022, as mulheres ainda são minorias nas lideranças partidárias e nos cargos de direção. São poucas as mulheres na presidência de partidos políticos, cargos diretivos e comissões, não por falta de interesse ou capacidade, mas devido ao fato de não terem acesso a esses espaços.



“

São poucas as mulheres na presidência de partidos políticos, cargos diretivos e comissões, não porque não tem interesse ou capacidade mas, devido ao fato de não terem acesso a esses espaços.”

- Citação de participante

Dos 32 partidos políticos brasileiros, apenas 05 deles são presididos por mulheres: PT, pela Gleisi Hoffmann; Podemos, pela Renata Abreu; PCdoB, com Luciana Santos; PMB, com Suêd Haidar; e Rede Sustentabilidade, com a ex-senadora Heloísa Helena. Dessa forma, a grande maioria das lideranças e da composição das mesas diretoras partidárias são formadas por homens brancos. Infelizmente, nas entrevistas, não foi percebido um empenho para uma efetiva inserção da participação feminina nesses espaços e cargos.

Os partidos são atores centrais do sistema eleitoral e, como tal, têm um papel decisivo para promover ou excluir as mulheres do processo político eleitoral.

**Afinal, o poder de decisão de quem irá concorrer ao pleito e o modo como os recursos serão distribuídos dentro do partido está totalmente nas mãos das direções partidárias.**

Assim, se não há mulheres ocupando esses espaços, dificilmente haverá diversidade no processo de seleção de candidatas ou direcionamento de recursos partidários para grupos marginalizados.



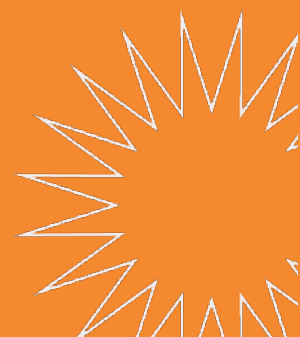
## 4.2 Movimentos sociais minimizam as diferenças, mas nos partidos eles são um grupo nichado e com pouca voz

Mesmo com uma participação ampla nos movimentos sociais, como líderes comunitárias, as barreiras à participação feminina ainda é muito forte no âmbito institucional. E mesmo que alguns partidos políticos apresentem cotas voluntárias internas para preenchimento de cargos, a maioria não trata a questão da igualdade de gênero como uma meta central.

**É importante mencionar que, mulheres negras, indígenas, quilombolas, periféricas, mulheres com deficiência, ribeirinhas e LGBTQIA+ tendem a ter ainda mais dificuldade de entrar nesses ambientes do que as mulheres brancas. Segundo dados do IBGE, 24,7% de toda a população brasileira atualmente se encontra em situação de pobreza. E mais da metade das famílias brasileiras são lideradas por mulheres negras (55%), o mesmo recorte cai para 39,6% para famílias sob o comando de mulheres brancas. Isso quer dizer que muitas das mulheres desses recortes estão lutando por sua sobrevivência, logo, possuem baixo interesse por fatores externos, e quando estão lutando também na política são poucas as que têm a chance de serem indicadas para a chefia de secretarias municipais e estaduais dos partidos. É difícil ter voz para influenciar a tomada de decisões intrapartidárias quando se tem poucas condições para tal.**

Porém, não foi possível encontrar dados exatos e específicos de quantas mulheres cada um dos partidos políticos apresenta em suas secretarias, diretórios e comissões internas. Existem poucas análises sobre a representação política das mulheres dentro das estruturas partidárias, a maioria das pesquisas explora aspectos voltados à questão da elegibilidade e como os partidos influenciam na eleição de mais mulheres.

Em entrevista, foi exemplificado que criam-se segmentos para a diversidade porém esses grupos não tem força política para tomar decisões dentro dos partidos, mantendo sempre o maior poder nas esferas mais tradicionais dos diretórios que costumam ser representados por homens e brancos.



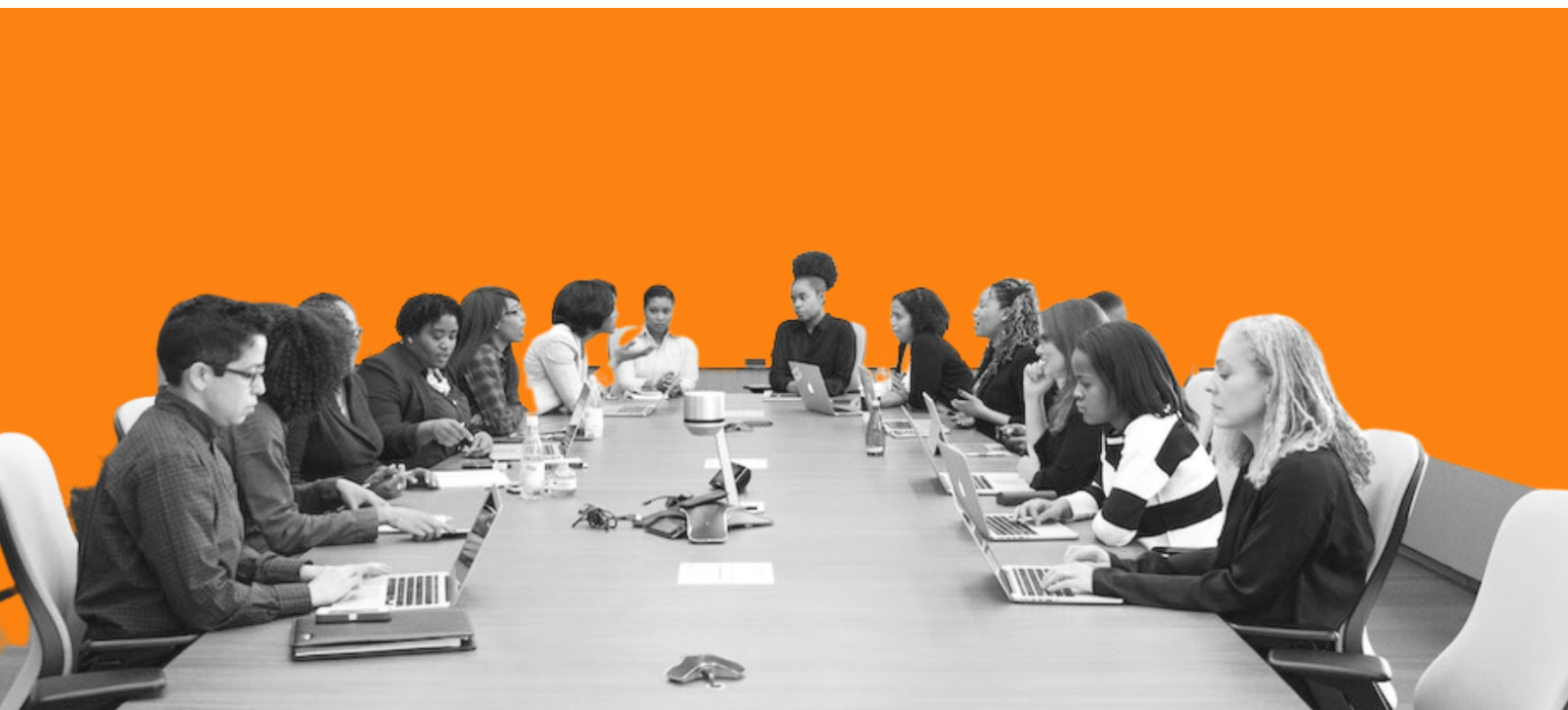
## ACHADO 5

Os partidos são vistos como os principais perpetuadores das desigualdades na política

## OVERVIEW

Neste tópico, dois pontos surgiram: a distribuição do fundo eleitoral e a qualificação das candidaturas femininas. Sobre recursos eleitorais, a percepção é que as promessas partidárias, no geral, não se cumprem durante o processo eleitoral e acabam sendo isca para atração de mulheres.

**Existe um consenso que há uma hierarquia de divisão dos recursos.** Mulheres que já estão exercendo mandato são as maiores beneficiadas, em seguida são as mulheres que fazem parte de alguma família historicamente política, ou seja, ela tem um apadrinhamento masculino para validar a distribuição desse recurso. Mulheres que não são políticas ou à margem (negras, periféricas, indígenas, entre outras minorias) e que não são vistas como competitivas recebem uma parcela menor do recurso e essas chegam de última hora.







Sobre a qualificação de campanhas, é entendido que **não existe um plano para recrutamento de mulheres dentro dos partidos e os entrevistados afirmam que muitas são laranjas, usadas apenas para repassar recursos para outros candidatos, geralmente, homens.**

A maioria dos entrevistados diz que há algum nível de preparação para candidaturas femininas fomentada pelos partidos, mas que esta não prepara para os principais desafios que surgirão em uma campanha política, deixando as campanhas femininas pouco competitivas. Os entrevistados reconhecem o trabalho de movimentos que fomentam candidaturas e a renovação política, como Renova BR, Instituto Vamos Juntas, Elas no Poder, entre outros.

Além dos pontos acima, foi mencionada a jornada solitária que essas mulheres enfrentam em suas campanhas. Muitas estão sozinhas, sem o apoio da família e companheiros, diferente do que se vê com homens onde suas famílias apoiam suas campanhas, demonstrando o quanto a cultura patriarcal paira no processo político.



**Muitas mulheres acabam ficando completamente aquém, desenvolvendo uma exaustão emocional e psicológica, haja vista que percorrem o processo eleitoral com pouquíssimo suporte.”**

**- Citação de participante**

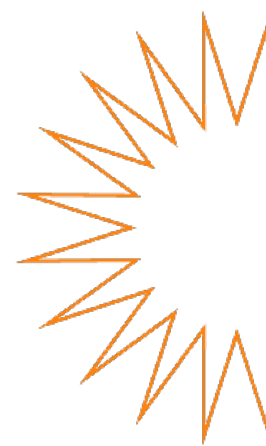
## PONTOS PARA APROFUNDAMENTO:

### 5.1 A distribuição desigual do fundo eleitoral entre homens e mulheres

Em 2018, definiu-se que uma parcela do montante do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e do Fundo Partidário deveria ser destinada às campanhas de mulheres, assim como o tempo de propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão que, deveria ser de, no mínimo 30%, proporcionalmente ligado ao número de candidatas do partido. Os partidos também devem aplicar, no mínimo, 5% do fundo partidário para a criação e manutenção de programas de promoção e difusão da participação feminina na política.

**Em 2021, foram implementadas novas medidas para ampliar a participação feminina na política brasileira.** Com a promulgação da Emenda Constitucional nº 111, ficou estabelecido que os votos dados a mulheres e pessoas negras contariam em dobro para o cálculo da distribuição dos recursos dos fundos partidário e eleitoral nas eleições de 2022 a 2030. Isso significa que os partidos com maior número de votos em candidatas mulheres e negros em suas bancadas receberão mais recursos no próximo pleito eleitoral. Essa contagem em dobro será aplicada unicamente para a distribuição de recursos, de modo a incentivar os partidos a lançarem candidaturas competitivas de mulheres e de pessoas negras.

**Apesar das mudanças e avanços realizados no sistema eleitoral para que os partidos distribuam os recursos de maneira equânime, na prática, a lei possui um efeito bem diferente do seu objetivo. As dificuldades de acesso aos recursos financeiros contínua e, contribui para a baixa presença feminina nos espaços de poder e tomada de decisão do país. Infelizmente, essa distribuição acaba sendo concretada em pouquíssimos nomes, que na maioria das vezes, são homens.**



Sem recursos, as mulheres encontram grandes dificuldades para tornarem suas campanhas competitivas. Os entrevistados citaram que muitos partidos para conseguirem mais mulheres para a sua chapa, acabam prometendo “mundos e fundos” porém, muitas dessas promessas acabam não se concretizando. O dinheiro muitas vezes chega apenas nos últimos dias da campanha ou nem chega.

Conforme dados coletados pela Plataforma 72 horas, o total de recursos recebidos pelas candidatas femininas nas eleições de 2022 foi de R\$ 1.798.305.534 (27,41%), enquanto os homens receberam R\$ 4.761.630.102 (72,59%) de todo o valor investido no processo eleitoral.



“

**As dificuldades de acesso aos recursos financeiros contínua e, contribui para a baixa presença feminina nos espaços de poder e tomada de decisão do país. Infelizmente, essa distribuição acaba sendo concretada em pouquíssimos nomes, que na maioria das vezes, são homens.”**

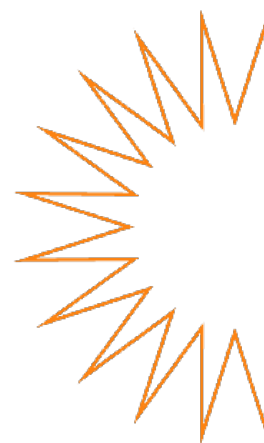
**- Citação de participante**

## 5.2 Desvio de recursos legais partidários destinado à mulheres: mais comum do que se imagina

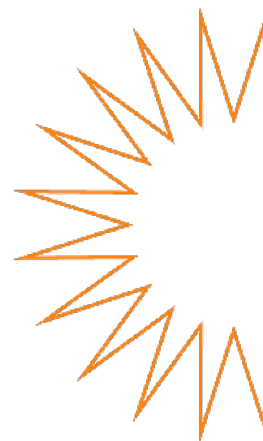
A baixa efetividade dos recursos destinados às mulheres pode ser dada também por partidos que burlam a legislação de cotas, compondo chapa com candidatas denominadas “laranjas”. Essas candidatas não têm a intenção de concorrer ao cargo e, portanto, não são efetivas, são usadas somente para preencher a cota de 30%. E muitas vezes, são utilizadas para desviar a transferência dos fundos para campanhas de outros candidatos.

**Diante disso, é importante ressaltar que mesmo que o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) já tenha estabelecido como fraude compor chapa com candidaturas laranjas, a falta de fiscalização prejudica o cumprimento da lei, e essas práticas continuam a ocorrer.**

Nas últimas eleições municipais, em 2016, dentre os 16.131 candidatos que não tiveram nenhum voto, 14.417 eram mulheres (Levantamento da TV Globo em conjunto com a agência de dados Gênero e Número com base nos dados do Tribunal Superior Eleitoral - TSE). Em 2018, nas eleições gerais, 300 candidatas, de 20 partidos diferentes, tiveram pouco ou quase nenhum voto computado (Estudo publicado pela BBC Brasil, 2018).



Pela nossa experiência na temática, sabemos que em grande parte dos partidos, os 5% do fundo partidário que deveriam ser destinados para a promoção de programas voltados à capacitação de mulheres não são efetivamente utilizados. **São poucos os partidos que oferecem algum tipo de capacitação para que as mulheres entrem mais competitivas no processo eleitoral, mesmo que esse recurso seja enquadrado na lei. Na prática, fica a critério dos partidos decidirem se vão ou não investir o dinheiro. Esse recurso agora pode ser anistiado, o que significa que, se não for investido, pode ser revertido para campanhas.**



Quando existem esses programas, nem sempre são capazes de preparar as candidatas para todos os desafios que encontrarão durante a sua trajetória. Falta apoio jurídico, psicológico e financeiro. Além disso, eles são ministrados de forma similar para homens e mulheres, mesmo que o desafio das mulheres seja maior e diferente dos homens. Muitas mulheres acabam ficando completamente aquém, desenvolvendo uma exaustão emocional e psicológica, haja vista que percorrem o processo eleitoral com pouquíssimo suporte, nenhum partido oferece ajuda psicológica.

## 5.3 Mulheres que não são políticas ou à margem não são vistas como competitivas, recebem uma parcela menor do recurso

Vale mencionar também que, nessas eleições, quase um quarto das mulheres eleitas para a Câmara dos Deputados faz parte de alguma família historicamente vinculada à política. A Folha de S. Paulo identificou que ao menos 21 das 93 mulheres eleitas para o pleito de 2022 são esposas ou ex-companheiras de líderes políticos. E, muitas delas, tiveram altos índices de votos.





A eleição de mulheres desse perfil, em detrimento daquelas que estão ingressando pela primeira vez e sem conexões familiares, ressalta ainda mais a desigualdade na distribuição de recursos. Isso porque as novas candidatas são frequentemente vistas como menos competitivas e, conseqüentemente, recebem uma parcela menor dos recursos para suas campanhas eleitorais.

## 5.4 **Maioria das mulheres nas chapas para governos é para o cargo de vice**

Nas eleições de 2022, as mulheres estiveram presentes em mais da metade das chapas aos governos estaduais (52%). Porém, a maioria concorreu tão somente para o cargo de vice. Das 217 chapas lançadas para disputar os governos, dos 26 estados e do Distrito Federal, apenas 37 tiveram mulheres como cabeça de chapa (17%). Já o número de candidatas para vice foi bem maior, foram 85 (39%) do total das chapas estaduais.

**Entendemos que esse aumento do número de mulheres alocadas como vice, se deu devido ao fato dos partidos políticos terem compreendido que, ter mulheres na chapa é interessante para aumentar a representatividade e, pode contribuir para uma maior conquista de votos do eleitorado feminino. Mas, principalmente, devido a uma brecha na nova regra eleitoral.**

Essa brecha na legislação permite que, ao distribuir os recursos financeiros destinados às mulheres, os partidos possam redistribuir essa verba do fundo para as chapas majoritárias que tenham mulheres. Visto posto, acaba sendo uma estratégia para transferir parte da verba que seria destinada às mulheres para candidaturas masculinas. Basta ver que, nesse pleito eleitoral de 2022 houve um grande número de mulheres alocadas na posição de vice.

## ACHADO 6

**Propósito x poder:  
homens e mulheres  
têm motivações  
diferentes para se  
tornarem atores  
políticos**

## OVERVIEW

Apesar de percebermos uma diferença entre o conhecimento e entendimento dos homens sobre as questões de gênero na política, unanimemente, foi pontuado que a cultura do *“lugar da mulher não é na política”* é muito forte, então mesmo que essa mulher tenha uma trajetória de militância, ela se enxerga como um agente político, não o agente que faz a política.

**Sob a ótica dos participantes, as mulheres se candidatam pela manutenção do histórico familiar na política, continuando o mandato de alguém de sua família - marido ou pai, principalmente; ou pelo entendimento que a política é plataforma de mudança social e criação de políticas públicas que impactem pautas que ela acredita.**



## PONTOS PARA APROFUNDAMENTO

## 6.1 O impacto cultural patriarcal nas candidaturas masculinas e femininas

Os entrevistados foram perguntados do porquê as mulheres se candidatam, e a maior parte deles entendiam que a vontade de mudar a sua própria realidade, o entendimento que na política o poder da mudança é maior, mostram que o propósito é o que mais faz as mulheres se candidatarem. Quando perguntado sobre o porquê homens se candidatam, a maioria citou o poder ou o status.

Para os entrevistados, homens no geral não entende a política como um lugar que não seja para ele. **Os espaços políticos sempre foram masculinos e mesmo que ele não queira se candidatar, ele vê outros que o fazem. Logo, se o homem não se candidata, pode ser simplesmente pelo desinteresse político, mas quando ele se candidata, ele não se pergunta: quão difícil será pelo fato de eu ser homem?**

As mulheres, culturalmente no Brasil são educadas para cuidar, para ter uma família, dificilmente ela cresce num lar onde ela é encorajada a entrar na política. Se refletirmos sobre esse aspecto, **claramente, a política não seria um espaço de identificação para as mulheres, além disso a política está diretamente associada à exposição, julgamento e corrupção.** Então, se ela transpõe essa barreira, de participar do processo como política, ela já está servindo a um propósito.



## 6.2 Falta aprofundamento de mulheres na políticas para os homens, mesmo eles sendo progressistas

Nós entrevistamos alguns homens, bastante diversos entre si, e vale mencionar que tivemos muitas recusas por parte dos homens conservadores.

Esses entrevistados compreendiam os problemas que as mulheres enfrentam como eleitoras, candidatas e eleitas. Porém, quando perguntávamos temas mais profundos como barreiras para mulheres se candidatarem, as respostas eram rasas em comparativo com as das mulheres.

**O ponto é que para termos um congresso com maior representatividade, precisamos que todos apoiem essa pauta.**



“

Para termos um congresso com maior representatividade, precisamos que todos lutem para que isso ocorra. Apenas mulheres correndo para isso com certeza deixa a luta enfraquecida. Todas as violências precisam parar de ser toleradas pelos homens (...).”

- Citação de participante

## MÍDIA E SOCIEDADE

Neste bloco buscamos compreender melhor como as mulheres são retratadas na mídia e o impacto dessas narrativas na percepção social.

### ACHADO 7

As mulheres têm mais atenção da imprensa no papel de vítimas, do que como protagonistas políticas.

### OVERVIEW

Para os entrevistados, no geral, a violência política dá mais audiência do que projetos políticos que as parlamentares tocam, por exemplo. **Também é percebido que não há uma cobertura sobre temas femininos ou uma agenda de política pública feminina.** Alguns entrevistados disseram que isso pode ser devido ao baixo número de mulheres como decisoras dentro desses editoriais. As pautas sobre as mulheres são vistas como uma cobertura de nicho, mesmo essas sendo a metade da população.

Nas eleições majoritárias, veículos da imprensa deram menos visibilidade para as candidatas concorrentes. A cobertura se iniciou mais pela demanda do público do que necessariamente por uma busca ativa.



Na maioria dos casos, as mulheres são notícias apenas quando a história está relacionada com o papel de vítima nas notícias relacionadas a assédio sexual, estupro ou feminicídio.”

- Citação de participante



## PONTOS PARA APROFUNDAMENTO:

### 7.1 Existem vieses na produção de matérias jornalísticas que reforçam estereótipos sobre as mulheres

Segundo pesquisas realizadas pelo Global Media Monitoring Project (GMMP), em parceria com a USP, serão necessários ao menos 67 anos até que haja paridade entre mulheres e homens na mídia. Os dados comprovam que, além da disparidade de gênero nesses espaços, existe uma discrepância na ocupação de acordo com a área jornalística. As mulheres, na maioria das vezes, ocupam espaços e áreas voltadas para as questões ligadas ao gênero e aparecem como minoria nas voltadas à economia e política.

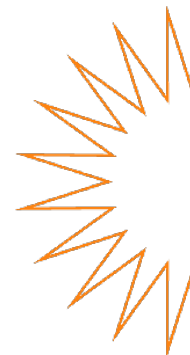
**Além dos dados sobre a existência de assimetrias de gênero na produção das notícias, as mulheres também têm pouco espaço enquanto sujeitos e fontes nas matérias jornalísticas.** Os homens dominam o setor, na maioria das vezes, são eles que estabelecem as pautas, os objetivos editoriais e, também, são os protagonistas das narrativas. Na maioria dos casos, as mulheres são notícias apenas quando a história está relacionada com o papel de vítima, por assédio sexual, estupro ou feminicídio. Como por exemplo, em 2020, a deputada estadual, Isa Penna, do PSOL, foi assediada durante uma sessão parlamentar na Assembleia Legislativa em São Paulo (ALESP), pelo deputado Fernando Cury, do partido Cidadania. Após o episódio, a deputada ficou extremamente conhecida pelo caso, mas pouco se falou sobre seus projetos políticos e suas conquistas no mandato.

Outro caso emblemático que exemplifica a constatação da pesquisa foi o da ex-presidente Dilma Rousseff no qual revistas como *Veja* e *IstoÉ*, retratam-na como uma pessoa totalmente histérica e desequilibrada. Um tratamento completamente diferente do recebido pelo presidente Bolsonaro, em que mesmo em fotos e situações que havia um descontrole emocional, as capas retratavam sua figura com respeito.



Fonte: Revista Isto É

Nas notícias sobre política e governo, por exemplo, as mulheres foram foco em apenas 8% das matérias veiculadas. Os dados disponibilizados pelos GMMP demonstram também, a existência de um viés na produção de matérias jornalísticas que acabam por reforçar, em alguns casos, diversos estereótipos sobre mulheres.



## ACHADO 8

**A grande imprensa  
não se segmentou  
a comunicação  
para mulheres nas  
eleições de 2022**

## OVERVIEW

No geral, os entrevistados consentiram que falou-se mais sobre a representatividade feminina na política, mas pouco sobre o benefício social e econômico que o aumento da representatividade gera.

Alguns entrevistados disseram que parte desse aumento do interesse ocorreu pois as campanhas passaram a ter estratégias voltadas para esse público, o que direcionou a mídia a falar sobre o assunto.





“

Nesse período eleitoral, muito se falou sobre a importância de se ter mais mulheres ocupando espaços na política, sobre a necessidade de se votar e eleger mais mulheres, de maneira geral.”

- Citação de participante

## PONTOS PARA APROFUNDAMENTO

### 8.1 A mídia tratou as mulheres como um grupo homogêneo

**Nesse período eleitoral, muito se falou sobre importância de mais mulheres ocuparem espaços na política, sobre a necessidade do voto, e sobre a eleição de mais mulheres, de maneira geral.** Nesse sentido, foram realizados um grandes números de ações, campanhas e mobilizações em diversos setores da sociedade sobre o assunto nessas eleições de 2022, como já mencionado previamente.

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) lançou uma campanha voltada à defesa de mais mulheres na política. Estrelada pela atriz Camila Pitanga, apresentou o slogan “Mulheres na política. A gente pode. O Brasil precisa”, conscientizando sobre a necessidade de ter mais mulheres na política e sobre a violência política de gênero. A campanha ficou no ar até o dia 17 de julho, sendo veiculada em emissoras de TV e rádio, nas redes sociais da Justiça Eleitoral e no Portal do TSE.

Houve também, um esforço da grande mídia na cobertura de temas voltados para a questão da representatividade feminina na política e da importância de se votar em mulheres, mas, apesar do esforço, foi algo superficial, não houve uma segmentação em específica para as mulheres com objetivo de influência direta.



## ACHADO 9

**A desinformação impactou as mulheres em geral, devido ao conteúdo abordado**

## OVERVIEW

Os entrevistados acreditam que o eleitorado feminino se interessa mais por pautas de costumes e família. Portanto, fake news que tenham esse tema como central, atingem e impactam diretamente na relação que essa mulher tem com os políticos e os candidatos. Foi pontuado, que a disseminação de notícias falsas também serve para atingir negativamente candidatas mulheres, focando em religião, sexualidade e família.





## PONTOS PARA APROFUNDAMENTO:

### 9.1 A desinformação e os seus impactos nas eleições

Uma das grandes preocupações do ano eleitoral de 2022 foi a propagação e o impacto das fake news, já que elas tiveram influência direta nas eleições gerais de 2018. A veiculação em massa de notícias através das redes sociais, sem a devida checagem dos fatos, tem causado impactos negativos na sociedade, uma vez que muitas pessoas não sabem discernir o que é real e o que são fake news.

**Segundo uma pesquisa realizada pela ONG Plan International, que entrevistou 26 mil meninas e mulheres entre 15 a 24 anos em 26 países, 09 em cada 10 meninas são afetadas diretamente pela disseminação de fake news. O estudo também demonstrou que a rede social onde elas mais recebem informações falsas foi o Facebook (65%), seguido do WhatsApp. No Brasil, a maioria das mulheres entrevistadas disseram que realizam algum tipo de pesquisa posterior para averiguar a veracidade da notícia e da fonte (98%). O impacto das fake news no mundo fez com que 18% das meninas deixassem de se envolver em política e notícias da atualidade, e 19% afirmaram que sua confiança nos resultados eleitorais foi abalada.**

Esse fenômeno pode abalar a confiança e a esperança de meninas e jovens mulheres a participarem da vida pública, como afirma Cynthia Betti, Diretora Executiva da Plan International Brasil: “De forma geral, a pesquisa aponta que o cenário no Brasil é ainda mais crítico do que o observado em outros países, com efeitos cruéis sobre a vida, o desenvolvimento e a saúde mental de meninas e jovens mulheres”. Podendo, ainda, ser reforçado quando elas acompanham casos de lideranças femininas que se veem alvo de rumores maldosos criados para arruinar sua credibilidade, humilhá-las e silenciá-las.

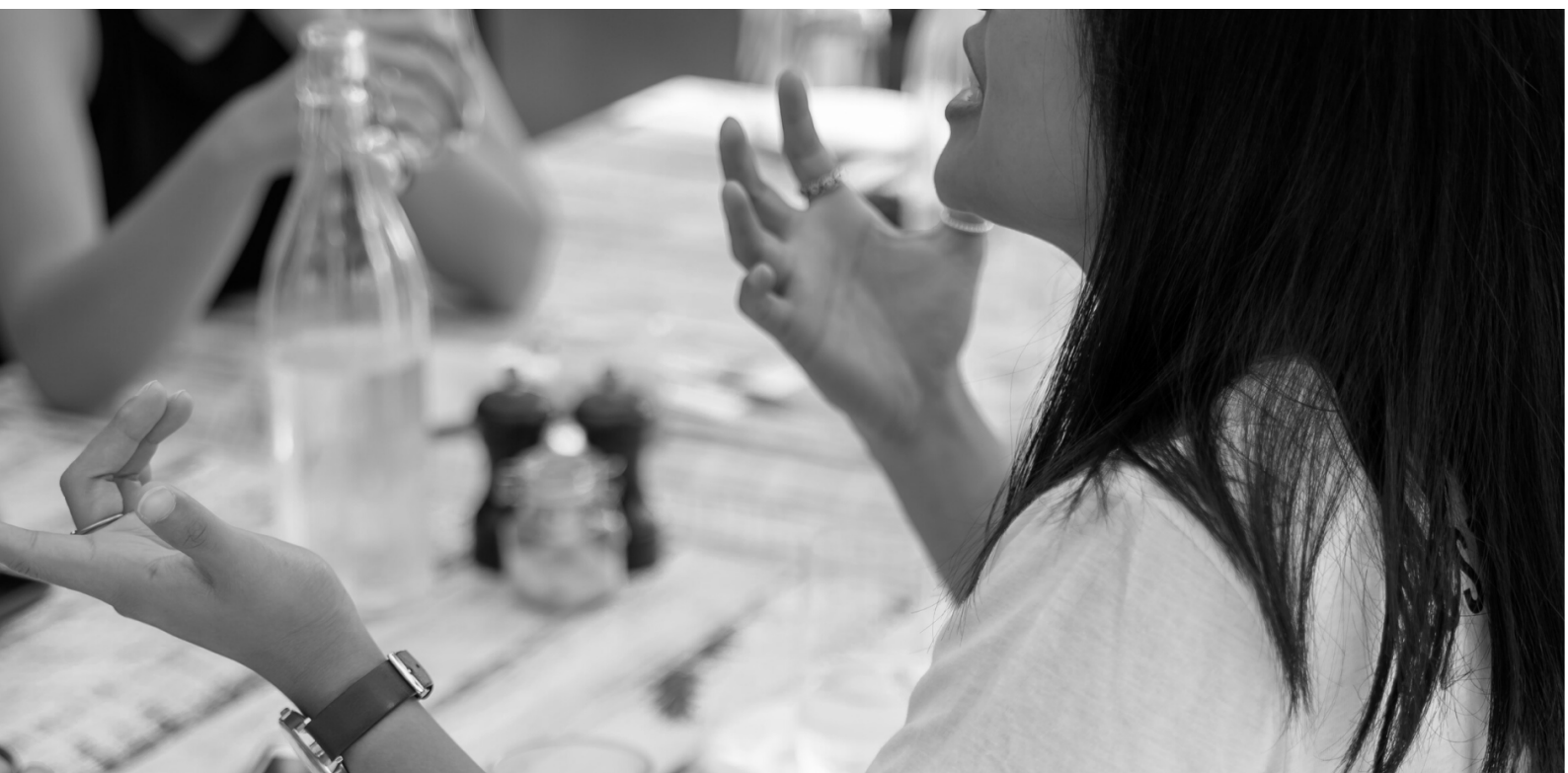


“

A veiculação em massa de notícias através das redes sociais, sem a checagem prévia dos fatos, tem causado impactos negativos na sociedade, uma vez que muitas pessoas não sabem discernir o que é real e o que são fake news.”

- Citação de participante

Para os entrevistados, as fake news que tiveram como alvo família e crianças foram as que tiveram maior impacto. Como estamos em um cenário polarizado, as fakes news atuam no viés de confirmação das pessoas, polarizando ainda mais e trazendo menor senso crítico e diminuindo a qualidade dos debates, além de limitar o diálogo.



## LEGISLAÇÃO

Neste bloco buscamos compreender a percepção do grupo sobre a eficácia da legislação atual para aumentar a representatividade feminina.

### ACHADO 10

As cotas não  
tem funcionado  
como se previa

### OVERVIEW

Os entrevistados acreditam que é importante ter a lei de cotas para a distribuição de recursos, porém essa política precisa ser melhor fiscalizada para surtir os efeitos necessários na inclusão de mulheres na política, já que sem essa política teríamos um número ainda menor de representatividade no congresso. **No geral, é percebido um problema de distribuição dessas verbas, com algumas mulheres recebendo muito e outras recebendo menos.** Parte dos entrevistados acreditam que precisamos ter outros tipos de leis, como por exemplo ter uma cota dentro das cadeiras do congresso e que isso não seja focado apenas nas candidaturas.

“

E mesmo frente aos avanços, as mulheres ainda estão longe de alcançar a paridade de gênero ou os cargos mais importantes das casas legislativas do país.”

- Citação de participante

## PONTOS PARA APROFUNDAMENTO

## 10.1 As cotas de gênero no sistema eleitoral brasileiro

No Brasil, a primeira ação afirmativa com enfoque de gênero foi implementada em 1995, através da Lei 9.100. A legislação estabelecia que no mínimo 20% das candidaturas municipais apresentadas pelos partidos políticos deveriam ser reservadas para as mulheres. Dois anos depois, em 1997, a Lei 9.504 alterou esse percentual, estabelecendo um mínimo de 30% e máximo de 70% para candidaturas de cada sexo, expandindo essa cota para as eleições das Assembleias Legislativas e Câmara dos Deputados.

Contudo, os partidos não enxergaram a legislação como uma obrigatoriedade e não preenchiam as vagas com mulheres. Assim, em 2009, uma nova reforma instituiu novas regras, alterando a redação do artigo 10º §3 da Lei Eleitoral (Lei nº 9.504/97) definindo que cada partido político deveria ter, obrigatoriamente, no mínimo 30% e máximo 70% das listas de candidaturas preenchidas por candidatos de cada sexo.

**Contudo, o modelo brasileiro não logrou êxito em alcançar um quadro político igualitário no país. Desde a primeira eleição após a implementação em 1998, na qual, foram eleitas somente 29 deputadas (5,6%) e 02 senadoras (7%) até as últimas eleições realizadas, em 2022, eleitas 91 deputadas (18%) e 15 senadoras (18%).** Os avanços não foram suficientes para garantir que as mulheres tenham condições efetivas para exercer plenamente seus direitos durante o processo eleitoral.



**E mesmo frente aos avanços, as mulheres ainda estão longe de alcançar a paridade de gênero ou os cargos mais importantes das casas legislativas do país. As cotas de gênero implementadas no país estão voltadas somente para os cargos eletivos, não há cotas para a participação nas lideranças partidárias ou comissões.**

As ações afirmativas questionam privilégios e são relevantes para reduzir a discriminação entre os gêneros, a fim de reverter a situação da sub-representação feminina nos espaços políticos, porém, o sistema eleitoral e a legislação de cotas brasileira não oferecem mais do que sutis estímulos para que as mulheres concorram às eleições parlamentares. Portanto, é fundamental fortalecer o sistema eleitoral de cotas de gênero e buscar inspiração em boas práticas e experiências de outros países para aprimorá-lo.

## 10.2 Propaganda eleitoral e o direito da aparição feminina

A propaganda eleitoral é um dos principais mecanismos para o sucesso das candidaturas nas urnas, uma vez que a visibilidade midiática é crucial para tornar a candidatura conhecida e, consequentemente, mais competitiva.

**No entanto, foi somente em 2018, por meio do julgamento da ADI (Ação Direta de Inconstitucionalidade) 1517 pelo Supremo Tribunal Federal, que as mulheres tiveram garantido o tempo proporcional de propaganda eleitoral gratuita no rádio e televisão, com base no número de mulheres registradas nas listas partidárias, estabelecendo um percentual mínimo de 30%.** Em 2020, essa proporcionalidade também foi estendida às candidaturas negras.

Nessa última eleição, em 2022, esse direito foi incorporado à Constituição Federal por meio da Emenda Constitucional 117/2022, e o tempo mínimo de propaganda eleitoral das candidaturas de mulheres e pessoas negras deve ser calculado em separado para rádio e televisão, levando em conta isoladamente as diferentes modalidades de inserções.

## 10.3 A efetividade das cotas de gênero no âmbito internacional e o que podemos aprender com a sua implementação

A América Latina está acima da média no que diz respeito ao índice de representatividade feminina na política institucional: 31,6% das vagas nas Câmaras Baixas da região são ocupadas por mulheres, enquanto a média mundial é de 24,5%, sendo dados do IPU. E, em um contexto que demonstra avanços significativos, 07 países da América Latina já alcançaram a paridade de gênero. Sendo eles: Bolívia (2008), Equador (2008), Costa Rica (2009), Honduras (2012), Nicaragua (2012), Panamá (2012) e México (2014). O que nos mostra que apesar das diversas barreiras e mecanismos apresentados para a promoção da igualdade de gênero, existe um contexto favorável no que diz respeito a implementação de novas legislações de gênero.

**Esses avanços estão ligados à adoção de políticas de cotas, que permitiram e trilharam um caminho até a conquista da paridade de gênero. Vale ressaltar, que existe uma diferença entre os diversos tipos de cotas de participação, sendo as mais comuns, as cotas de gênero e a reserva de assentos. A maioria dos países latino-americanos que tiveram êxito nas suas medidas afirmativas, utilizam da reserva de cadeiras no parlamento para as mulheres.**

Vale destacar que, a paridade não é uma medida temporária, é uma medida permanente, que tem por objetivo estabelecer iguais condições de participação entre homens e mulheres, redefinindo o espaço político, remodelando-o como um espaço que precisa ser compartilhado de maneira igualitária entre homens e mulheres.





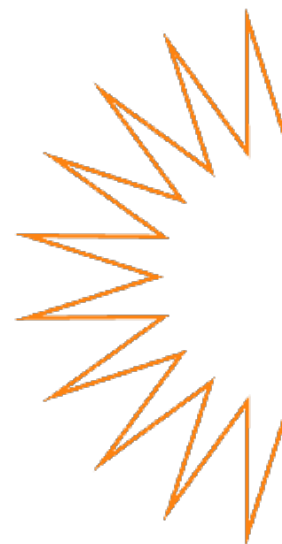
## 10.4 Eleição de 2022 é a primeira com lei de combate à violência política de gênero, mas isso foi pouco percebido pelos entrevistados

Além de serem minoria nos espaços públicos e terem menos influência no processo de tomada de decisão do país, as mulheres ainda precisam lidar diariamente com a violência política de gênero. **De acordo com um estudo realizado pela ONU Mulheres, 82% das parlamentares já foram vítimas de assédio, ameaças, comentários sexistas e vazamentos de dados pessoais, e 44% já receberam ameaças de morte.**

A violência política de gênero caracteriza-se, como todo e qualquer ato cujo objetivo é excluir as mulheres do espaço político, durante a campanha ou no decorrer do mandato, podendo ser considerada como uma das causas da baixa representatividade feminina na política. Essa violência pode ocorrer de forma virtual ou presencial, dentro ou fora dos próprios partidos e nas votações em plenário. **Em geral, essas mulheres são ameaçadas, interrompidas, desqualificadas, têm sua intimidade violada, suas reputações difamadas, são excluídas de debates, não são indicadas como titulares de comissões, ainda que tenham competência para tal. Essa violência pode ocorrer de forma sutil ou chegar a extremos, como o assassinato de mulheres.**

Frente a esse fato, a América Latina demonstra avanços significativos na criminalização da violência política de gênero. Países como Bolívia, México e Peru já possuem legislações específicas para combater essa violência. No Brasil, essa legislação foi implementada no ano de 2021, através da Lei 14.192/21, tipificando como crime a violência política de gênero no país e estabelecendo formas de prevenir, coibir essa violência, de modo a garantir o livre exercício de direitos políticos. A sua prática será punida com pena de reclusão de 1 a 4 anos e multa. Podendo ser aumentada em 1/3 se cometido contra gestante, mulheres com mais de 60 anos ou com deficiência.

**Os entrevistados que falaram sobre violência política de gênero deixaram claro que não viram punições sendo aplicadas, os agressores têm se saído impunes, apesar de todos os esforços da sociedade.**



# RECOMENDAÇÕES

Para superar as barreiras à participação política das mulheres, organizamos recomendações em torno de cada tema.

## REPRESENTATIVIDADE

- Há uma falta de seriedade dos partidos quanto à proposição de recursos ligados à representatividade. **Ainda é preciso mudar a narrativa e trabalhar muito pelo fortalecimento das legislações vigentes sobre violência política e distribuição de verbas eleitorais e partidárias.**
- Enquanto movimentos da sociedade civil organizada, **precisamos estar mais atentos aos planos de governo serem inclusivos para minorias e mobilizar socialmente para que isso seja disseminado.**
- Apesar das mulheres eleitas terem posicionamentos difusos e atuarem em campos políticos diferentes, **precisamos articular para uma bancada feminina alinhada, que define pautas de interesse coletivo e trabalhe em conjunto para isso.**
- É fundamental **fortalecer o relacionamento com as lideranças femininas dos segmentos partidários para incidência política**, apoio à essa liderança e busca de objetivos em comum.
- Ao olhar para lideranças marginalizadas, é importante **qualificar o trabalho dos movimentos para a formação de base em suas comunidades**, de forma sustentável e perene.
- Se faz urgente o **compromisso de homens com a igualdade de gênero e precisamos mobilizar mais aliados para essa luta**, em todos os setores de atuação e esferas de poder. Só assim, avançaremos de fato.

É interessante que temos um número recorde de mulheres disputando eleições, mas isso não se converteu em eleitas para cargos eletivos.

Em 2018, por exemplo, **as mulheres representaram 31,6% das candidatas a cargos políticos, mas apenas 15% foram eleitas.** Apesar dos esforços, precisamos garantir que tenhamos candidaturas competitivas, com recursos e apoio partidário.



## MÍDIA E SOCIEDADE

- O protagonismo feminino nas eleições pautou muitos debates e precisamos investir no **fortalecimento de novas figuras femininas que furem bolhas** para maior diálogo e formação de opinião com atores ainda outsiders da política - como lideranças jovens (16-20), pastores de igreja e público gamer.
- As reportagens e matérias sobre as mulheres devem considerar não apenas representações adequadas - sem a reprodução de estereótipos de gênero -, mas, principalmente, devem **aprimorar a cobertura das questões relacionadas às mulheres, buscando dar uma maior espaço e visibilidade a elas/as questões de gênero.**
- Seria importante **aumentar o número de mulheres cobrindo pautas políticas** nos principais veículos da imprensa.
- É fundamental que partidos e movimentos estruturem **redes de fortalecimento do eleitorado feminino**, para desenvolver autonomia das mulheres para exercerem a cidadania de forma, promover empoderamento político e combater violências familiares que a afastam desse lugar.



## LEGISLAÇÃO

- Em termos de cotas femininas, inspiradas por países que tiveram sucesso na implementação, precisamos **pressionar por reserva de assentos, cotas em comissões parlamentares, cotas em lideranças partidárias e assim avançar numericamente nos quadros políticos de forma ampla.**
- **Precisamos de uma regulamentação maior em torno dos 5% do fundo partidário** que deveria ser destinado para a formação de mulheres nos partidos e, assim, qualificar campanhas
- Embora existam instrumentos legais previstos para o combate a essa violência no país, os números e os casos demonstram que é necessário um aprimoramento da legislação e uma maior fiscalização perante o seu cumprimento. **É necessário garantir meios para que as mulheres durante o período eleitoral e após eleitas consigam exercer seus direitos de maneira plena, livre de violência ou discriminação.**





# REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA BRASIL. **Estudo revela o tamanho da desigualdade de gênero no mercado de trabalho.**

Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-03/estudo-revela-tamanho-da-desigualdade-de-genero-no-mercado-de-trabalho>

BIROLI, Flávia et al. (Org.). **Mulheres, poder e ciência política: debates e trajetórias.** Campinas: Editora da Unicamp, 2020.

CMMP. **Global Media Monitoring Project.** 2021.

Disponível em: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/1-Relatorio-GMMP-Brasil-portugues-12-07-21-completo-1.pdf>

CNN. **Candidaturas femininas têm predomínio de brancas, solteiras e empresárias.**

Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/candidaturas-femininas-tem-predominio-de-brancas-solteiras-e-empresarias/>

CNN. **Perfil médio de candidatos em 2022 é homem, casado e com superior completo.**

Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/candidato-medio-nas-eleicoes-de-2022-e-homem-casado-e-com-superior-completo/>

EL PAÍS. **Cota para mulheres impulsiona candidaturas à vice, mas homens seguem no controle das cabeças de chapa.**

Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-11-13/cota-para-mulheres-impulsiona-candidaturas-a-vice-mas-homens-seguem-no-controle-das-cabecas-de-chapa.html>

LUZ, Cícero Krupp da; SIMÕES, Bárbara Helena. **“Sim, elas podem!” Os avanços e entraves na representatividade política como empoderamento feminino no Brasil e na Índia.**

REDES - Revista Eletrônica Direito e Sociedade, Canoas, v. 4, n. 2, p. 11, 2016.

Disponível em: <https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/redes/article/view/2318-8081.16.25/pdf>.

MELO, Hildete Pereira de; THOMÉ, Débora. **Mulheres e Poder: histórias, ideias e indicadores.** Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.

NEXO CAUSAL. **Os caminhos da desigualdade na propaganda eleitoral.**

Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2022/11/18/Os-caminhos-da-desigualdade-na-propaganda-eleitoral>

PLAN INTERNATIONAL. **Pesquisa: 87% das meninas acreditam que as fake news causam efeitos negativos em suas vidas.**

Disponível em: <https://plan.org.br/noticias/pesquisa-87-das-meninas-acreditam-que-as-fake-news-causam-efeitos-negativos-em-suas-vidas/>

PODER 360. **Bolsonaro tem 62% do voto evangélico, mostra PoderData.** Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poderdata/bolsonaro-tem-62-do-voto-evangelico-mostra-poderdata/>

VAMOS  
JUNTAS